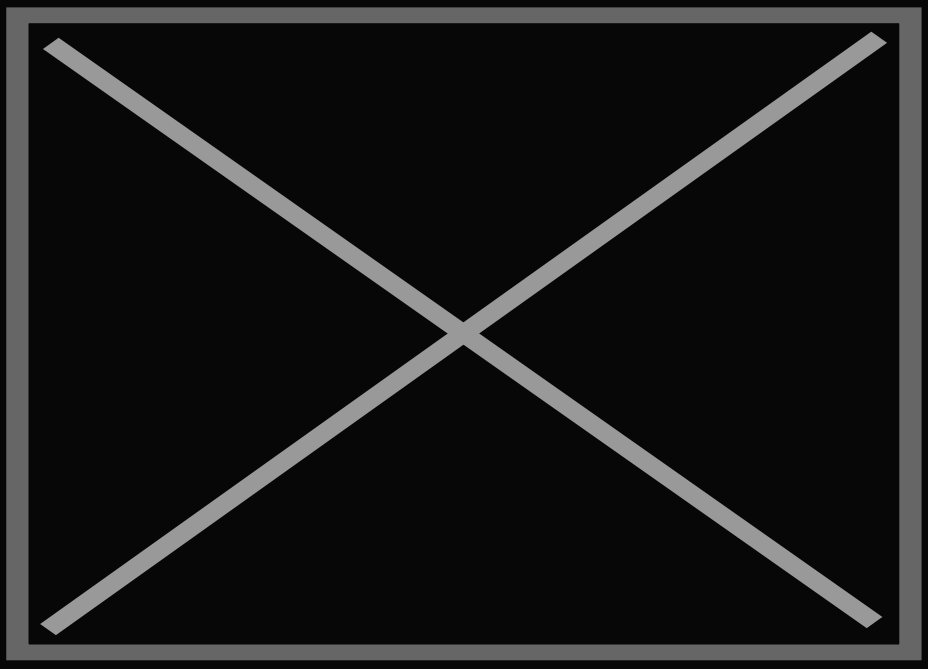
La luce oltre la siepe? Il fuoricasa guarda oltre la pandemia

shutterstock-1743311867-473a2568

Con grandi diversità tra locali secondo la tipologia, le dimensioni e la zona, in generale il fuoricasa ha superato l'esame della complessa gestione delle misure anti-Covid. Ora che si intravede la fine della pandemia, però, è ora di cambiare strategia, semplificare le misure ed eliminare le disparità con altri settori.

Due anni, quelli appena conclusi, che si sono abbattuti come uno tsunami sul **fuoricasa**: dapprima con il pesante impatto delle chiusure e in seguito con misure che, se da un lato hanno consentito la riapertura, dall'altro si sono rivelate complesse e – soprattutto – in continuo cambiamento, specie con l'arrivo del **green Pass**. Ma qual è lo stato attuale delle misure e come vengono percepite? Abbiamo fatto il punto in collaborazione con **Fipe** e raccogliendo la viva voce dei gestori in diverse tipologie di formati del fuoricasa, in varie parti d'Italia.

Per aiutare gli esercenti applicare le norme correnti in modo corretto, a febbraio l'associazione che rappresenta il mondo della ristorazione, intrattenimento, spettacolo e turismo in Italia ha pubblicato sul proprio sito una **completa guida**, che si aggiunge agli ulteriori approfondimenti consultabili nella sezione dedicata sul **sito della Presidenza del Consiglio**.



Testimonianze dalla prima linea

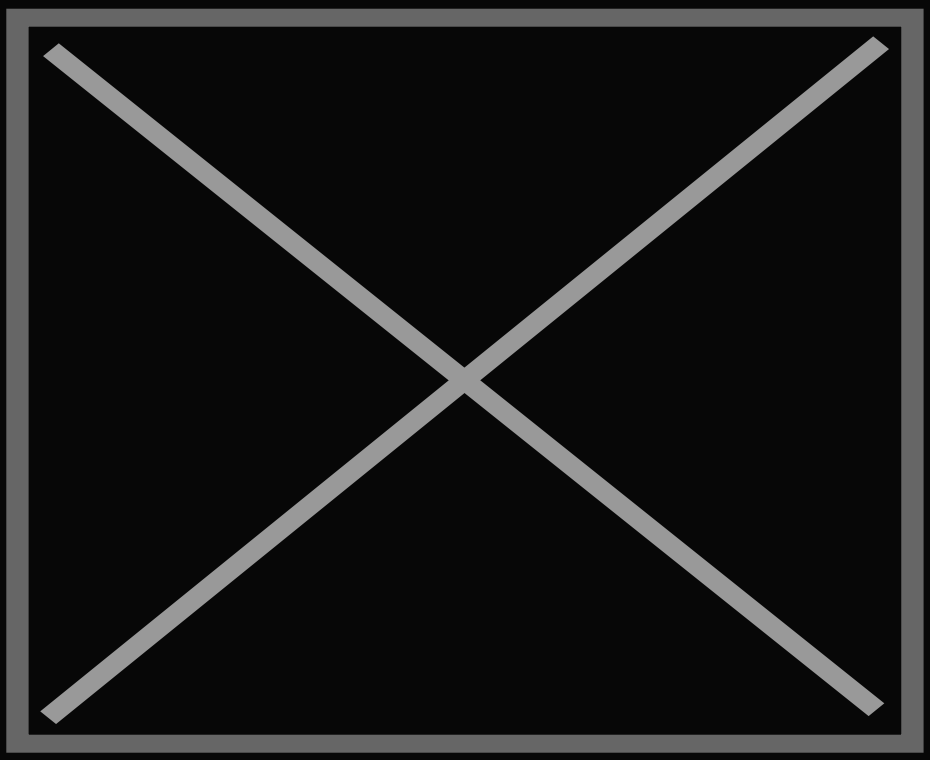
Dalle nostre interviste emerge che l'impatto e la gestione delle misure sono stati molto diversificati secondo il format e le dimensioni del locale e il tipo di clientela. Spiega **Pietro S.**, uno dei responsabili della torrefazione nel flagship store milanese di una nota **catena internazionale di caffetterie**: "*Non abbiamo percepito un impatto particolarmente forte, soprattutto grazie alla grande programmazione. Abbiamo molti dipendenti e ne abbiamo assegnati alcuni esclusivamente a gestire le misure, ad esempio controllare i Green Pass o prendere la temperatura. Già prima dell'emergenza* – aggiunge Pietro – *avevamo un partner specializzato per la sicurezza e alcuni dei loro addetti sono stati dedicati espressamente alla sicurezza Covid, come 'concierge' che ci hanno aiutato anche a gestire le criticità con alcuni clienti".*

Le cose si complicano quando si gestisce un format rivolto a più occasioni di consumo, come **Quei Bravi Ragazzi** di Brembate (Bergamo), un ristopub diventato negli anni un punto di riferimento per i giovani di tutta la provincia. *"Noi siamo aperti dal pranzo al dopocena, con clientele e tipi di consumo molto diversi, dall'impiegato in pausa pranzo ai ragazzi la sera* – commentano i gestori **Antonio Santapaola e Fabrizio Ciccone** –. *Il pranzo è l'occasione di consumo che ha risentito di più e non è ancora ritornato del tutto ai livelli pre-pandemia. La sera prevale la voglia di socializzare e stiamo registrando una buona affluenza. Il confine tra cena e dopocena non è netto, e spesso fatichiamo a far comprendere ai clienti che si applicano regole diverse alla cena al tavolo e poi al dopocena con la musica. Un altro problema che abbiamo sperimentato è la difficoltà di trovare personale. A volte chiamiamo i nostri contatti abituali e ci dicono che hanno cambiato completamente tipo di lavoro".*

La difficoltà a trovare personale è un problema comune, così come l'esigenza di rimodulare i servizi dando più spazio all'asporto e introducendo o ampliando il **delivery**. *"I clienti in generale si sentono più sicuri con il Green Pass e abbiamo avuto pochissime criticità* – afferma **Feng Ye**, titolare del **Ganassin**, un must a Milano per chi ama mixare italiano e orientale –. *La gestione è impegnativa, ma d'alto canto abbiamo imparato a essere più 'smart' e questo ci servirà anche dopo la pandemia. Abbiamo affiancato all'asporto anche il delivery, che prima non facevamo, e continueremo a puntare sugli spazi aperti".*

Ed esistono anche realtà che, per le loro caratteristiche, sono state toccate solo marginalmente. Ad esempio **l'Hosteria Ducale** di Genova, come spiega il titolare **Enrico Vinelli**. *"Il nostro è un piccolo ristorante esclusivo, con pochi coperti, dove i tavoli erano già molto distanti prima e che lavora solo con le cene. Dopo le chiusure, a parte l'onere di gestire le misure non abbiamo risentito in modo eccessivo, e comunque il costo dei prodotti per la sanificazione si è ridotto moltissimo. Quello che stiamo notando è che con il Covid il mercato si è polarizzato ancora di più tra locali luxury e basso prezzo, che continuano a lavorare, e una qualità media che sta soffrendo molto".*

Un'ultima casistica con caratteristiche a sé sono i ristoranti all'interno delle strutture ricettive. Ce ne parla **Andrea Sabato**, General Manager di Talea Collection che comprende i resort **Il Melograno e La Peschiera** in Puglia. *"Lavorare nel segmento lusso, quindi con standard qualitativi già molto alti, ci ha aiutato molto a gestire le misure senza particolari problemi. In particolare, abbiamo inserito una persona per gestire le misure solo nella parte ristorante e siamo riusciti a riprendere anche gli eventi. Lato clienti, notiamo un cambiamento nel concetto di lusso, che ora guarda più all'esclusività degli spazi, e riteniamo che sia un trend che proseguirà anche dopo l'emergenza".*



Il punto di vista di Fipe-Confcommercio

Già, la fine dell'emergenza. Sembrerebbe ormai prossima. E la Federazione Italiana Pubblici Esercizi si sta impegnando con un lobbying "positivo", affinché il governo utilizzi il miglioramento della situazione come opportunità per rendere più semplici ed eque le misure, eliminando le disparità tra negozi e pubblici esercizi, che penalizzano questi ultimi. **Stop ai controlli a tappeto del Green Pass a carico degli esercenti** e pianificazione di un percorso per il superamento delle restrizioni, compresi i certificati verdi. È una strategia in due tempi quella proposta da **Fipe-Confcommercio**.

"I dispositivi di protezione e i prodotti di sanificazione, e poi i vaccini e il Green Pass, sono ciò che ci ha consentito di riaprire e di tenere aperto – commenta in chiusura il nuovo vicepresidente nazionale della Federazione, **Matteo Musacci** – *ma adesso è venuto il momento di cambiare strategia. Alcune decisioni che non sembravano basate su evidenze scientifiche, come gli orari di chiusura anticipati, hanno generato negli esercenti una sfiducia che si è aggiunta alle difficoltà oggettive, solo in parte compensate dai ristori. È ora di tenere dall'emergenza solo lezioni che ci serviranno anche per il futuro, come la maggiore attenzione alla sanificazione, e andare oltre le limitazioni ormai superflue".*